

Urban Food

Förderprogramm creative_project

Wien, im September 2020

Inhalt

1	Name und Träger des Calls	3
2	Fokus des Calls <i>Urban Food</i>	3
3	Hintergrund	3
4	Definition Urban Food	4
5	Ausschreibungsbedingungen	5
5.1	Antragsberechtigte	5
5.2	Förderbare Projekte	5
5.3	Partnerschaftliche Einreichungen	6
5.4	Eckdaten	6
5.5	Bereitgestelltes Budget	7
5.6	Einreichzeitraum	7
5.7	Bewertung und Jury	7
5.7.1	Bewertungskriterien	7
5.7.2	Jury	8
6	Informationen und Kontakt	8

1 Name und Träger des Calls

Die vorliegende Förderausschreibung (in weiterer Folge „Call“ genannt) wird auf der Basis der „Richtlinie creative_project /18 - 22“ der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. (in weiterer Folge „Wirtschaftsagentur Wien“ genannt) durchgeführt.

2 Fokus des Calls *Urban Food*

Mit dem Programm creative_project und den darauf basierenden Calls werden Anreize geschaffen, um Themen von besonderer Relevanz in wirtschaftlich nachhaltige Projekte zu integrieren. Somit können ausgewählte Schwerpunkte stärker bei Wiener Unternehmen, insbesondere bei jenen aus der Kreativwirtschaft, verankert werden.

Ziel des Calls ist die Förderung von Projekten kreativwirtschaftlicher Unternehmen sowie Betrieben, die mit Akteurinnen und Akteuren der Kreativwirtschaft kooperieren, um Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse zum Thema Lebensmittel zu entwickeln.

Der Fokus liegt hierbei auf der Unterstützung von Projekten entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette: Von städtischer Lebensmittel-Produktion, -Distribution, -Verpackung und -Konsum bis zu Gastlichkeit und Tischkultur.

3 Hintergrund

Die Wirtschaftsagentur Wien legt in den Jahren 2020 & 2021 erstmalig einen Förderschwerpunkt auf das Thema Lebensmittel. Dieser Schwerpunkt umfasst alle relevanten Teile des Förderportfolios. Hierzu zählt insbesondere auch die Kreativwirtschaftsförderung. Akteure und Akteurinnen der Kreativwirtschaft leisten auch im Bereich Lebensmittel Pionierarbeit, in dem sie neue Wege beschreiten und nach unkonventionellen Lösungen suchen. Mit dem Call Urban Food sollen sie bei diesen Anstrengungen unterstützt werden.

Die Herausforderungen sind vielfältige:

In den nächsten dreißig Jahren werden weltweit knapp zehn Milliarden Menschen, zwei Drittel davon in Städten lebend, mit Nahrungsmitteln zu versorgen sein. Dabei muss die Versorgungssicherheit und Qualität gewährleistet werden, hierbei spielen Regionalität und Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle. Städte benötigen langfristige Alternativen zur konventionellen Lebensmittelproduktion, um lebenswert zu bleiben.

Blickt man über den Tellerrand der klassischen Lebensmittelproduktion erkennt man, dass ein Wandel bereits stattfindet. Die Ressourcenknappheit und schlechte Öko-Bilanz unseres Konsums treiben die Suche nach alternativen Nahrungsquellen und Verpackungsmodellen sowie nachhaltigen und ressourcenschonenden Produktionsmöglichkeiten in der Stadt an. Die Integration kreislaufwirtschaftlicher Prozesse im Lebensmittelbereich wird immer mehr begrüßt und auch die Gastronomie verändert sich durch die Einführung innovativer Konzepte und neuer Formen der Tischkultur.

Dieser Wandel passiert nicht zuletzt durch den Antrieb kreativwirtschaftlicher Akteure und Akteurinnen und die Anwendung kreativer Prozesse sowie den Antrieb kreativwirtschaftlicher Akteure und Akteurinnen. Durch den

kreativen Diskurs eröffnet sich eine Bandbreite neuer Möglichkeiten für ein kreativwirtschaftliches Zusammenspiel mit Themen wie urbane Produktion, Essen, Verpackung, Gastlichkeit und vielem mehr.

Mit dem Call Urban Food fördert die Wirtschaftsagentur Wien daher kreativwirtschaftliche Projekte entlang der gesamten Lebensmittel-Wertschöpfungskette.

4 Definition Urban Food

Als Indikatoren für die Beurteilung ob das Vorhaben dem Call Urban Food zuzuordnen ist, können insbesondere folgende Punkte definiert werden:

- Werden neue gesellschaftsrelevante, kreativwirtschaftliche Produkte oder Dienstleistungen entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette entwickelt oder nachhaltige, kreative Prozesse verankert?
- Können durch das kreative Projekt neue Ansätze und alternative, ressourceneffiziente Konsumformen angeregt werden?
- Gehen in Zusammenhang mit dem kreativen Projekt positive Effekte bspw. ressourcen- und energieeffizienter Output, gestiegene Produktqualität, geringerer Verpackungsaufwand, Aufbereitung und/oder Wiederverwertung von Ausschuss etc. einher?
- Zur Entwicklung und Umsetzung von Projekten werden kooperative Methoden herangezogen.
- Unternehmerisches Handeln wird zum Erreichen der Ziele angewandt.

Begleitend zu dieser Ausschreibung wurde von der Wirtschaftsagentur Wien ein White Paper verfasst, welches sich eingehend mit den Fragestellungen zu Urban Food befasst und das Thema aus kreativwirtschaftlicher Sicht umfassend beleuchtet.

Die folgenden Fragen sollen als Inspiration für kreativwirtschaftliche Geschäftsmodelle zum Thema Urban Food dienen.

Local Food

- Wie können Lebensmittel ressourcen- und energieeffizient lokal und regional produziert werden?
- Wie kann mehr Nähe zwischen Produzentinnen und Konsumenten hergestellt werden?
- Welche neuen Ideen gibt es für das Thema der Schauproduktion zum besseren Verständnis von Produktionsprozessen?
- Wie kann Architektur im Sinne der Kreislaufwirtschaft als Ressource funktionieren?
- Wie können neue, klimaneutrale Distributionswege gefunden werden?
- Welche Verpackungssysteme lassen sich entwickeln, die mit lokalen Ressourcen arbeiten?

Meet Food

- Wie kann Design zu einem besseren Verständnis und mehr Wertschätzung für Lebensmittel beitragen?
- Wie können Geschichten über unsere Nahrung neu erzählt werden?
- Worauf kommt es bei der Gestaltung von neuen Hospitality-Konzepten an?

- Wie sieht die Serviceuniform der Zukunft aus und was vermittelt sie?
- Welche Erfahrungen wollen Kundinnen und Kunden im Gastronomiebereich machen?
- Wie gestaltet sich die Wiener Esskultur der Zukunft? Was ist eine zukunftssträchtige Kaffeehaus-, Heurigen- und Beislkultur?
- Wie kann ein neues Design von Tischkultur aussehen? Wie kann diese zu mehr Inklusion und Diversität beitragen?
- Wie kann das Einbeziehen aller Sinne zu stärkeren Markenidentitäten beitragen?

Future Food

- Wie kann digitale Gestaltung auf Herausforderungen im Lebensmittelbereich antworten?
- Welche Chancen bietet die Digitalisierung im Hinblick auf Nahversorgung und Tourismus?
- Welche Rolle spielen digitale Lösungen bei der gerechten Verteilung von Lebensmitteln?
- Was kann Produktdesign zu einer Zero Waste-Economy beitragen?
- Wie kann zukunftssträchtiger Konsum undogmatisch und nachhaltig vermittelt werden?
- Wie können ungenutzte Ressourcen eingesetzt oder wiederverwertet werden?
- Wie kann Design dazu beitragen, alternative Nahrungsquellen zu kultivieren?

5 Ausschreibungsbedingungen

5.1 Antragsberechtigte

Antragsberechtigt sind alle Unternehmen in Gründung und bestehende Unternehmen der Wiener Kreativwirtschaft sowie Betriebe, die mit Akteurinnen und Akteuren der Kreativwirtschaft kooperieren und ein Vorhaben gemäß der Definition unter Punkt 4 umsetzen.

Unter Kreativwirtschaft werden folgende Bereiche verstanden: Architektur, Design, Kunstmarkt, Mode, Multimedia (insb. Games), Verlagswesen, Musikwirtschaft und Filmwirtschaft (insb. Animation und Visualisierung).

Zusätzlich werden Services, die sich explizit an Akteure der Kreativwirtschaft richten, als Bereich der Kreativwirtschaft definiert.

5.2 Förderbare Projekte

Förderbar sind kreativwirtschaftliche Vorhaben, die der Definition des Calls Urban Food unter Punkt 4 entsprechen.

Unter einem kreativwirtschaftlichen Vorhaben werden Projekte zur Entwicklung, Produktion und (medialen) Distribution von kreativen Produkten, Dienstleistungen und Prozessen aus den Bereichen Architektur, Design, Kunstmarkt, Mode, Multimedia (insb. Games), Verlagswesen, Musikwirtschaft und Filmwirtschaft (insb. Animation und Visualisierung) definiert.

Projekte von Betrieben, die nicht der Kreativwirtschaft zuordenbar sind, müssen zudem einen nachhaltigen, kreativen Prozess im einreichenden Unternehmen anstoßen. Der reine Zukauf von kreativwirtschaftlichen Leistungen ist nicht förderbar.

5.3 Partnerschaftliche Einreichungen

Ein Förderantrag kann hinsichtlich desselben Vorhabens auch von mehreren Antragsberechtigten gemeinsam gestellt werden. Nähere Bestimmungen zu den formellen Erfordernissen einer partnerschaftlichen Einreichung befinden sich in der Richtlinie creative_project /18 - 22.

5.4 Eckdaten

Förderbare Kosten	Personalkosten Kosten für externe Dienstleistungen Kosten für die Anschaffung technischer Anlagen und Maschinen, anderer Anlagen Kosten für die Anschaffung von immateriellen Anlagegütern Sach- und Materialkosten Reisekosten Beratungs- und Qualifizierungskosten
Mindestbemessungsgrundlage	EUR 10.000 pro Projekt
Maximalförderung	EUR 100.000 pro Projekt
Förderintensität	50% der projektbezogenen förderbaren Kosten bzw. 60% bei partnerschaftlichen Einreichungen
Max. Projektzeitraum	2 Jahre
Frauenbonus	Zusätzlich EUR 5.000 für Projekte, welche in der Konzeption und Umsetzung maßgeblich von Frauen geleitet werden
Auszahlung	50% Akonto und Schlusszahlung nach erfolgter Endabrechnung und Legung des Endberichts.

5.5 Bereitgestelltes Budget

Das gesamte für diese Ausschreibung zur Verfügung stehende Budget beträgt EUR 500.000,-.

5.6 Einreichzeitraum

Anträge im Rahmen dieser Ausschreibung können von Donnerstag, den 1. Oktober 2020, 00:00 Uhr bis Sonntag, den 31. Jänner 2021, 24:00 Uhr über cockpit.wirtschaftsagentur.at eingereicht werden.

Der Antrag ist in deutscher oder englischer Sprache auszufüllen und innerhalb des o. a. Zeitraums online an die Wirtschaftsagentur Wien abzusenden.

Das firmenmäßig unterfertigte „Ansuchenechtheitszertifikat“ (auf der Abschlussseite des Online-Formulars) ist spätestens am letzten Tag der Einreichfrist postalisch (maßgeblich ist der Poststempel), persönlich oder per Fax an die Wirtschaftsagentur Wien, 1070 Wien, Mariahilfer Straße 20, zu übermitteln.

5.7 Bewertung und Jury

5.7.1 Bewertungskriterien

Urban Food

Das Vorhaben muss der unter Punkt 4 angeführten Definition entsprechen.

Darüber hinaus werden insbesondere folgende Kriterien für die Bewertung der Förderfähigkeit und zu Beurteilung der Projekte herangezogen:

Qualität des Vorhabens

Kreativwirtschaftliche Vorhaben können unterstützt werden, wenn ihnen ein qualitativ hochwertiges, kreativ-künstlerisches Konzept zur Schaffung von Produkten oder Dienstleistungen zugrunde liegt.

Insbesondere können Vorhaben unterstützt werden, die einen nachhaltigen, kreativen Prozess im einreichenden Unternehmen anstoßen.

Das Vorhaben muss in ein schlüssiges unternehmerisches Gesamtkonzept eingebettet sein. Wesentlich ist die Reproduzierbarkeit und Standardisierbarkeit des zu entwickelnden Produkts oder der zu entwickelnden Dienstleistung.

Additionalität der Förderung

Die Förderung soll das Unternehmen dazu anhalten, im Vergleich mit der Vergangenheit zusätzliche und höherwertige kreativwirtschaftliche Aktivitäten zu setzen. Dies kann sich im Aufbau von personellen oder strukturellen Ressourcen, im kreativwirtschaftlichen Niveau oder in bestimmten additionalen Effekten niederschlagen.

Wertschöpfung

Das Vorhaben muss eine nachhaltige Ausrichtung mit positiver Auswirkung auf die (wirtschaftliche) Wertschöpfung in Wien erwarten lassen. Die wesentlichen Teile des Vorhabens sind in Wien durchzuführen.

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit im antragstellenden Unternehmen

Das Vorhaben soll ein Höchstmaß an wirtschaftlicher Nachhaltigkeit im Antrag stellenden Unternehmen bewirken und von diesem mit wesentlichem eigenem Aufwand und unter Tragung des inhaltlichen und

ökonomischen Risikos durchgeführt werden. Dies wird als gegeben angesehen, wenn der überwiegende Teil der kreativen und/oder konzeptiven Arbeiten vom Unternehmen selbst finanziert und durch unternehmenseigene Ressourcen erbracht wird.

Adäquate Projektplanung

Jedes zur Förderung eingereichte Vorhaben ist als ein Projekt mit definiertem Beginn und Ende, mit benannten und geeigneten Projektmitarbeiterinnen und Projektmitarbeiter und Projektkosten auszuweisen. Es werden nur Vorhaben in die Beurteilung aufgenommen, die im gesamten Umfang beschrieben sind, zu Projektumfang und -inhalt adäquate Projektplanung aufweisen und somit eine erfolgreiche Projektumsetzung erwarten lassen.

Ein Antrag ist in ergebnisorientierte Arbeitspakete zu gliedern. Jedes Arbeitspaket muss mit einem überprüfbareren Teilergebnis („Meilenstein“) enden, das im Zuge der Projektabrechnung dokumentiert und vorgelegt werden muss.

Ausreichende Ressourcen

Das antragstellende Unternehmen muss in der Lage sein, das eingereichte Vorhaben mit den dafür notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen auszustatten. Allem voran werden hier die finanziellen Möglichkeiten, das qualifizierte Personal und kompetente Partner in Betracht gezogen.

Gesellschaftliche Relevanz, Diversität und Ökologie

Ist das Vorhaben als besonders gesellschaftlich relevant einzustufen? Werden auf Bedürfnisse unterschiedlicher Gruppen Rücksicht genommen, oder sind vom Projekt positive ökologische Effekte zu erwarten? Dient das Projekt zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen?

5.7.2 Jury

Die Bewertung von Anträgen erfolgt durch die Wirtschaftsagentur Wien, die sich ergänzende Gutachten von Experten und Expertinnen einholt oder sich einer Jury bedient. Die Zusammensetzung einer Fachjury wird in geeigneter Form veröffentlicht und kann bei der Wirtschaftsagentur Wien erfragt werden. Förderwerberinnen und Förderwerber können vor Beginn der Bewertung einmalig maximal zwei der Jury angehörende Personen oder Institutionen namentlich von der Beurteilung ihres Antrags ausschließen, wenn Umstände vorliegen, die eine Unbefangenheit in Zweifel ziehen.

6 Informationen und Kontakt

Weiterführende Informationen finden Sie unter www.wirtschaftsagentur.at und im [White Paper Urban Food](#)

Kontakt: Christina Alge
Telefon: +43 1 25200 442
E-Mail: alge@wirtschaftsagentur.at